

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิเคราะห์แหล่งข่าวด้านพลังงานน้ำมันสำหรับสื่อมวลชนเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาบทบาทของแหล่งข่าวด้านพลังงานน้ำมันทั้งในแง่ปัจเจกชนผู้ทำหน้าที่ "source" โดยตรง และในฐานะสถาบันสื่อมวลชนอีกแขนงหนึ่งที่สามารถผลิต ตลอดจนเผยแพร่ข่าวสารด้วยช่องทางการสื่อสารของตนเองอย่างครบกระบวนการ

แหล่งข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลบุคคล

การศึกษาคั้งนี้มุ่งศึกษาแหล่งข่าวระดับผู้บริหารด้านข่าวสารของหน่วยงานระดับนโยบายด้านพลังงานของประเทศ ตลอดจนบริษัทผู้ค้าน้ำมันทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ซึ่งจัดเป็นผู้ค้ารายใหญ่รวม 7 ราย ได้แก่ ผู้บริหารจากสำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด บริษัท ไทยออยล์ จำกัด บริษัท เอสโซ่แอสเตนคาร์ดประเทศไทย จำกัด บริษัท น้ำมันศาลเท็กซ์ (ไทย) จำกัด และบริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด ทั้งนี้เนื่องจากแหล่งข่าวเป็นตัวแทนสำคัญในการตอบสนองปฏิกริยาจากผู้รับสาร กล่าวคือ เป็นผู้มีบทบาทต่อกระบวนการผลิตและเผยแพร่ข่าวสารของสถาบันหรือองค์กร รวมทั้งมีสถานภาพที่สามารถ "ให้ข่าว" ต่อสื่อมวลชนด้วย

2. แหล่งข้อมูลเอกสาร

2.1 วารสารรายไตรมาส ซึ่งแต่ละองค์การใช้เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวสารด้านพลังงาน ได้แก่ วารสารนโยบาย วารสารไทยออยล์ วารสารสปอตไลท์ และความรู้คือประทับใจ

2.2 หนังสือพิมพ์รายวันและรายสัปดาห์ ทั้งประเภทคุณภาพ และประชาชนนิยม ซึ่งตีพิมพ์ข่าวสารด้านพลังงานโดยทั่วไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลตามข้อมูลประเภทต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลประเภทบุคคล

ข้อมูลประเภทบุคคลหมายถึง ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มประชากรตัวอย่างแบบเจาะลึกทั้งนี้เพื่อให้ทราบและเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของผู้บริหารด้านข่าวสาร ตลอดจนกระบวนการผลิตงานสื่อสารมวลชนขององค์กร ซึ่งรวมถึงลักษณะการบริโภคข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายด้วย การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ไม่สามารถสัมภาษณ์ประชากรตัวอย่างได้จาก บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัดได้ ดังนั้น จึงดำเนินการสัมภาษณ์บุคลากรในฝ่ายประชาสัมพันธ์ซึ่งรับผิดชอบงานด้านการสื่อสารและการประสานสื่อมวลชนแทน

ดังนั้น บุคคลที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์เพื่อการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่

1.1 ดร. ปิยะสวัสดิ์ อัมระนันท์ ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการนโยบาย-พลังงานแห่งชาติ สำนักงานเลขาธิการนายกรัฐมนตรี

จบการศึกษาดุษฎีปริญญาตรีด้านคณิตศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยอ็อกซ์ฟอร์ด และปริญญาโท-เอกด้านเศรษฐศาสตร์จากมหาวิทยาลัยลอนดอน

เริ่มรับราชการที่สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นแห่งแรก โดยรับผิดชอบงานวางแผนด้านเศรษฐกิจโดยภาพรวม จากนั้นจึงค่อย ๆ เกี่ยวข้องกับงานด้านพลังงานมากขึ้น เป็นลำดับ จนกระทั่งปี พ.ศ. 2529 รัฐบาลได้จัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติขึ้นเพื่อกำหนดนโยบายพลังงานของประเทศ จึงได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งเป็นผู้อำนวยการสำนักงานฯ รับผิดชอบงานด้านพลังงานอย่างเต็มที่ ปัจจุบันหน่วยงานนี้เทียบเท่าทบวงกรมและตำแหน่งผู้บริหารสูงสุดคือเลขาธิการ

1.2 คุณวันชัย เลขาภักดิ์ ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์ การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย วุฒิด้านศึกษาด้านพาณิชย์ศาสตร์บัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2506) เริ่มรับราชการที่องค์การเชื้อเพลิง (อชพ.) ในฝ่ายจัดขายน้ำมัน ต่อมาเมื่อมีการจัดตั้งการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย อชพ. ถูกโอนเป็นหน่วยงานของ บตท. ใช้ชื่อว่าสำนักงานจัดจำหน่าย ขณะนั้นคุณวันชัย ได้รับการเลื่อนตำแหน่งเป็นหัวหน้าแผนก และเมื่อสำนักงานจัดจำหน่ายถูกปรับเป็นฝ่ายการตลาดแล้ว คุณวันชัย ก็ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้อำนวยการกองโฆษณา รับผิดชอบงานด้านโฆษณาผลิตภัณฑ์และธุรกิจ กระทั่งปี 2532 จึงย้ายมาดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์

1.3 คุณสุวรรณา หลั่งน้ำสังข์ ผู้จัดการส่วนประชาสัมพันธ์ บริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด จบการศึกษาดุษฎีปริญญาตรีจากคณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2520) หลังจากทำงานอิสระ (ในค่ายศูนย์อพยพ) อยู่ระยะหนึ่งจึงสอบเข้ารับราชการที่การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยเป็นเวลา 5 ปี รับผิดชอบงานด้านเลขานุการและงานด้านการจัดหาน้ำมัน ทั้งยังร่วมเป็นคณะกรรมการในการก่อตั้งบริษัทบางจากฯ ดังนั้น เมื่อมีการจัดตั้งบริษัทบางจากฯ ขึ้นในปี 2528 แล้ว คุณสุวรรณาจึงลาออกจาก บตท. มาเป็นเลขานุการของกรรมการผู้จัดการ และเลื่อนขึ้นในตำแหน่งผู้จัดการ ปัจจุบันรักษาการตำแหน่งผู้จัดการส่วนประชาสัมพันธ์ด้วย

1.4 คุณสมเกียรติ หัตถโกศล ผู้จัดการฝ่ายกิจการสัมพันธ์ บริษัท ไทยออยล์ จำกัด จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2515) เริ่มงานด้านผู้สื่อข่าว (การเมือง) ที่นสพ. ไทยรัฐเป็นเวลากว่า 2 ปี จึงลาออกไปศึกษาต่อที่สหรัฐอเมริกา หลังจากจบแล้ว จึงกลับมารับราชการที่สภาความมั่นคงแห่งชาติเป็นเวลา 3 ปี จากนั้นจึงเข้าทำงานในตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท ไทยออยล์ จำกัด และได้รับการเลื่อนตำแหน่งเป็น ผู้จัดการฝ่ายกิจการสัมพันธ์ในปี 2528

1.5 คุณรังสรรค์ สุภาพงษ์ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท เอสโซ่แอสตันคาร์ด ประเทศไทย จำกัด จบการศึกษาด้านบริหารธุรกิจ จากคณะพาณิชยศาสตร์บัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คุณรังสรรค์ ทำงานกับบริษัท เอสโซ่ มาตั้งแต่แรก โดยเริ่มจากงานด้านการตลาดเป็นเวลากว่า 10 ปี หลังจากนั้นจึงรับผิดชอบเกี่ยวกับการวางแผนการควบคุมคลังน้ำมันการบริหารบุคคล และประชาสัมพันธ์ตามลำดับ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเป็นผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ของบริษัท เป็นเวลากว่า 6 ปีแล้ว

1.6 คุณวิศนชัย สุวคนธ์ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท น้ำมันศาลเท็กซ์ (ไทย) จำกัด จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทำงานร่วมกับบริษัท ศาลเท็กซ์มากกว่า 20 ปีแล้ว โดยเริ่มจากตำแหน่งงานขายเป็นลำดับแรก จนกระทั่งได้เลื่อนตำแหน่งเป็นผู้จัดการฝ่ายการตลาดและฝ่ายประชาสัมพันธ์ตามลำดับ สำหรับตำแหน่งปัจจุบันนี้ทำหน้าที่รับผิดชอบมาเป็นเวลา 3 ปี

1.7 บริษัท เซลล์แห่งประเทศไทย จำกัด Mr. Nik Husamuddin : Communications Manager ฝ่ายประชาสัมพันธ์ เป็นชาวมาเลเซีย จบการศึกษาด้านวรรณคดีและกฎหมายจากประเทศอังกฤษ เคยทำงานด้านโฆษณามาก่อน เริ่มงานด้านบริหารบุคคลกับบริษัท เซลล์ที่ประเทศสิงคโปร์ หลังจากนั้นจึงได้รับการหมุนเวียนให้มาประจำอยู่ในประเทศไทยในตำแหน่งดังกล่าวข้างต้น เป็นเวลากว่า 1 ปีแล้ว

1.8 คุณปรินดา กลัสนิมิ ผู้ประสานงานสื่อมวลชน ฝ่ายประชาสัมพันธ์ จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เริ่มงานด้านสื่อสารมวลชนที่ อสมท. เป็นเวลา 7 ปี หลังจากนั้นไปทำงานด้านวิทยุกระจายเสียงที่สถานี BBC ประเทศไทยร่วม 6 ปี เมื่อกลับประเทศไทยแล้วจึงเข้ามาร่วมงานในฝ่ายประชาสัมพันธ์บริษัท เซลล์แห่งประเทศไทย เป็นเวลาประมาณ 2 ปี

2. ข้อมูลประเภทเอกสาร

ข้อมูลประเภทเอกสารเป็นการสุ่มตัวอย่างจากข่าวสารด้านพลังงานที่ได้รับการตีพิมพ์และเผยแพร่ในปี 2533 - 2534 ดังนี้

2.1 เป็นการข่าวสารที่ได้รับการเผยแพร่ทางสื่อสารมวลชน (สิ่งพิมพ์) ในช่วงที่เกิดวิกฤตการณ์อ่าวเปอร์เซีย และการปรับเปลี่ยนโครงสร้างราคาน้ำมันภายในประเทศให้เป็นไปตามกลไกเสรีทางการค้า เช่น ไทยรัฐ แนวหน้า สยามรัฐ มติชนสุดสัปดาห์ ผู้จัดการ และกรุงเทพธุรกิจ

2.2 เป็นข้อมูลที่ปรากฏในวารสารซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารขององค์กรโดยตรง ได้แก่ วารสารรายไตรมาสฉบับต่าง ๆ

วิธีตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูลใน 2 ลักษณะ คือ

1. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยเฉพาะข้อมูลด้านภาพรวมของการเผยแพร่ข่าวสารด้านพลังงานน้ำมันสำหรับสื่อมวลชนนั้น สามารถตรวจสอบได้ 2 วิธี ดังนี้

- ตรวจสอบข้อมูลระหว่างประชากรตัวอย่าง เนื่องจากผู้ให้สัมภาษณ์ล้วนอยู่บนพื้นฐานการประกอบการธุรกิจเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีสำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ ซึ่งควบคุมงานระดับนโยบายด้านพลังงานของประเทศ จึงน่าจะจัดเป็นหน่วยงานกลางที่สามารถตรวจสอบข้อมูลจากภาคเอกชนได้อีกทางหนึ่ง

- ตรวจสอบข้อมูลได้จากข่าวสารที่ปรากฏตามสื่อมวลชน เนื่องจากในช่วงวิกฤติการณ์อ่าวเปอร์เซีย ข่าวสารด้านพลังงานได้รับการเผยแพร่อย่างกว้างขวาง การตรวจสอบข้อมูลลักษณะนี้จะพิจารณาจากการรายงานข่าวหรือการสะท้อนความคิดเห็นของสื่อมวลชน โดยเชื่อว่าข่าวสารหรือแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือย่อมได้รับการอ้างอิงถึง

2. การตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูล (Validity) การวิจัยครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยตรงจึงไม่เกิดปัญหาในการตรวจสอบความเที่ยงตรง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ อาศัยการศึกษาตามกระบวนการสื่อสารเป็นกรอบ-เกณฑ์ โดยถือว่าแหล่งข่าวคือสถาบันสื่อมวลชนผู้ทำหน้าที่ ข่าวรหัส ถอดรหัส ซึ่งระหว่างกระบวนการนั้น เนื้อหาอาจถูกปรับเปลี่ยน เขียนขึ้นใหม่ หรือตัดทิ้งอย่างใดอย่างหนึ่ง และหากเรื่องราวใดผ่านผู้เฝ้าประตู ย่อมได้รับการเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ส่งสารได้สร้างภาพลักษณ์ขึ้นไว้แล้ว

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงแบ่งส่วนของการวิเคราะห์ที่ตามองค์ประกอบด้านการสื่อสาร ดังนี้

1. ผู้ส่งสารรวมถึงผู้ทำหน้าที่ ข่าวรหัสโดยถือว่าเป็นบุคคลเดียวกัน

นอกจากจะพิจารณาผู้ส่งสารในฐานะปัจเจกบุคคลแล้ว ยังต้องศึกษาผู้ส่งสารในสถานภาพเป็นองค์กรหรือสถาบันด้วย โดยดูจากปัจจัยต่าง ๆ คือ

- โครงสร้างขององค์กร เป็นกรอบเบื้องต้นของความมีระเบียบและประสิทธิภาพของการทำงาน
- การจัดการหรือบริหาร โดยพิจารณาจากประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมาในอดีต อันเป็นการบ่งชี้ถึงกำลังความสามารถและข้อจำกัดขององค์กร
- ทรัพยากร ประกอบด้วยวัตถุดิบ งบประมาณ กำลังบุคคลและความชำนาญ
- สภาพธุรกิจ ตลอดจนสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อการค้า เนื้องานขององค์กร

2. สัญลักษณ์ (รหัส) จัดเป็นสิ่งเร้าหรือผลผลิตที่แหล่งสารส่งออกไปยังผู้รับสาร ซึ่งอยู่ในสัญลักษณ์ที่ผู้รับสารสามารถแปลหรือเข้าใจได้ ดังนั้นผู้ส่งสารจะต้องเลือกปฏิบัติต่อสาร หรือจัดลำดับความคิดพร้อมกับเลือกรหัสอย่างเหมาะสม เพื่อให้ผู้รับสารถอดรหัสนำให้เข้าใจได้

การวิเคราะห์ในส่วนนี้จึงต้องพิจารณาทั้งในแง่กระบวนการผลิตข่าวสารด้านพลังงานนี้มันตลอดจนเนื้อหาทั่ว ๆ ไป เพื่อทราบถึงลักษณะของข่าวสารและเหตุผลของการนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวโดยพื้นฐานเท่านั้น มิได้ต้องการมุ่งวิเคราะห์เนื้อหาในรายละเอียดแต่อย่างใด

3. สื่อ (ช่องสาร) พิจารณาว่ามีการใช้สื่อประเภทใดบ้างในการเผยแพร่ข่าวสารด้านพลังงานและเหตุใดจึงใช้สื่อเหล่านั้น ๆ

4. ผู้ถอดรหัสนั้นถือว่าเป็นบุคคลเดียวกับผู้รับสารเช่นกัน เนื่องจากการที่จะเข้าใจความคิดของผู้ส่งสารได้ จำเป็นต้องผ่านการถอดรหัสนิยาม (Decode) อย่างถูกต้องเสียก่อน การศึกษาพฤติกรรมผู้รับสารของการวิจัยครั้งนี้ต้องการทราบว่ากลุ่มผู้รับสารของแหล่งข่าวเป็นใครและมีลักษณะการบริโภคข่าวสารด้านพลังงานนี้มันอย่างไรเท่านั้น

การนำเสนอข้อมูล

ในการวิเคราะห์แหล่งข่าวด้านพลังงานสำหรับสื่อมวลชนนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะโครงสร้าง และการบริหารของแหล่งข่าว กระบวนการผลิตและเผยแพร่ข่าวสารด้านพลังงาน ทั้งที่อาศัยช่องทางการสื่อสารขององค์กร และการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน ลักษณะข่าวสารที่ได้รับการเผยแพร่ตลอดจนลักษณะการบริโภคข่าวสารด้านพลังงานตามลำดับ ดังนี้

1. พิจารณาโครงสร้างองค์กร การปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม การบริหารงานสื่อสาร รวมทั้งบทบาทในการเชื่อมโยงองค์กรกับสิ่งแวดล้อมดังกล่าว โดยจะนำเสนอรายละเอียดในบทที่ 4

2. วิเคราะห์กระบวนการผลิต - เผยแพร่ข่าวสารด้านพลังงาน ทั้งนี้ นอกจากจะศึกษาเกี่ยวกับการเลือกสรรกลั่นกรอง และการนำเสนอโดยผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ แล้ว ยังพิจารณาถึงลักษณะข่าวสารที่ได้รับการเผยแพร่จากสื่อมวลชน ซึ่งสามารถสะท้อนถึงความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข่าวกับสื่อมวลชน ตลอดจนลักษณะการบริโภคข่าวสารตามความคาดหมายของผู้ส่งสารด้วย ข้อมูลเหล่านี้จะปรากฏอยู่ในบทที่ 5

ผู้วิจัยได้นำระเบียบวิธีวิจัยที่กล่าวมาแล้วข้างต้นมาใช้ในการศึกษา ผลปรากฏว่าอุปสรรคที่สำคัญที่สุดก็คือการเข้าถึงแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ซึ่งเป็นข้อมูลหลักสำหรับการวิเคราะห์ เนื่องจากอุตสาหกรรมน้ำมันปิโตรเลียมเป็นธุรกิจที่มีผลประโยชน์มหาศาล ซึ่งมีผลกระทบต่อสูงในแง่เศรษฐกิจ และความมั่นคงของประเทศ ดังนั้น นอกจากจะเป็นสถาบันเศรษฐกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างรุนแรงแล้ว ยังต้องเกี่ยวข้องกับสถาบันทางการเมืองอย่างใกล้ชิด สารสนเทศด้านพลังงานส่วนใหญ่จึงมีลักษณะเป็นความลับที่ไม่สามารถเปิดเผยต่อสาธารณะได้ ทำให้แหล่งข่าวบางคนปฏิเสธที่จะให้ข้อมูล คือ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์บริษัทเชลล์ฯ หรือผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์บางจาก ก็ปฏิเสธการนัดหมายหลายครั้ง จนกระทั่งผู้วิจัยได้พยายามชี้แจงให้ทราบว่า สนใจประเด็นการเผยแพร่ความรู้ข่าวสารจริง ๆ จึงเปิดโอกาสให้ทำการสัมภาษณ์ได้ เช่นเดียวกับที่ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ศาลเท็กซ์ ซึ่งใช้เวลาสัมภาษณ์น้อยมาก ด้วยเหตุนี้ ข้อมูลส่วนใหญ่จึงเป็นเพียงข้อมูลพื้นฐานที่สามารถเปิดเผยได้เท่านั้น กล่าวได้ว่า การวิเคราะห์แหล่งข่าวฯ ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยเชิงคุณภาพเท่าที่ควร กล่าวคือ ไม่สามารถแสวงหาคำตอบที่เกี่ยวกับแรงจูงใจ ความหมายจากสิ่งที่ปรากฏ อารมณ์ และแง่มุมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างการผลิตสื่อ ตลอดจนพฤติกรรมการณ์การสื่อสารที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมปกติของแหล่งข่าว

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจำเป็นต้องหยิบยกแหล่งข่าว "บริษัท ไทยออยล์ จำกัด" ขึ้นมาศึกษาเป็นกรณีตัวอย่าง เพื่อค้นคว้าความเป็นจริงเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายบางประการที่แฝงเร้นอยู่ในกระบวนการผลิตและเผยแพร่ข่าวสารด้านพลังงาน ทั้งยังเป็นแนวทางในการทำความเข้าใจถึงธรรมชาติของแหล่งข่าว พร้อมภาพรวมทั้งหมดของการผลิตและเผยแพร่ข่าวสารด้านพลังงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบันได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษาส่วนนี้ ผู้วิจัยมีความเชื่อมั่นในความน่าเชื่อถือ และความเที่ยงตรงของข้อมูลอย่างเพียงพอ เนื่องจากผู้วิจัยเป็นผู้ปฏิบัติงานในแผนกบริการข้อมูลข่าวสารฝ่ายกิจกรรมสัมพันธ์ บริษัท ไทยออยล์ จำกัด จึงมีโอกาสเข้าถึงข้อมูล ทั้งในแง่การมีส่วนร่วมสังเกตการณ์และสัมภาษณ์แบบหยั่งลึก โดยผู้บริหารระดับสูงคือ ผู้ช่วยกรรมการบริหาร และผู้จัดการฝ่ายกิจการสัมพันธ์ ได้กรุณาให้ความกระจ่างด้านข้อมูลเป็นพิเศษ ทำให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้บรรลุเป้าหมายเป็นอย่างดี ดังจะได้นำเสนอข้อมูลในช่วงท้ายของบทที่ 5 ต่อไป